

0- 793314

На правах рукописи

Шаф

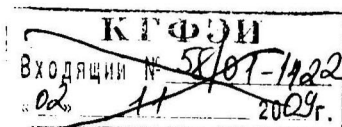
НАУМЕНКО Алексей Александрович

**РАЗВИТИЕ УСЛУГ КОММЕРЧЕСКИХ
БАНКОВ ДЛЯ РОЗНИЧНЫХ
КЛИЕНТОВ**

Специальность: 08.00.10 - "Финансы, денежное обращение и кредит"

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Саратов - 2009



Работа выполнена на кафедре банковского дела Саратовского государственного социально-экономического университета.

Научный руководитель	- д-р экон. наук, профессор Коробов Юрий Иванович
Официальные оппоненты	- д-р экон. наук, профессор Якунина Алла Викторовна - канд. экон. наук, доцент Дьяконова Марина Леонтьевна
Ведущая организация	- Волжский университет им. В.Н.Татищева.

Защита состоится 27 ноября 2009 года в 13⁰⁰ час. на заседании диссертационного совета Д 212.241.03 при Саратовском государственном социально-экономическом университете по адресу:

410003, Саратов, Радищева, 89, Саратовский государственный социально-экономический университет, ауд. 843.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке университета.

Автореферат разослан 27 октября 2009 года.



Ученый секретарь диссертационного
совета, д-р экон. наук, профессор  С.М. Богомолов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы. Последнее десятилетие стало периодом усиления банковской конкуренции в России. Этот процесс явился следствием развития свободного рынка банковских продуктов. Коммерческие банки начали интенсивнее соперничать друг с другом в борьбе за наиболее выгодные сферы деятельности. Значительное увеличение доходов населения и развитие малого бизнеса определили стремительное развитие деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов. Однако по сравнению с западными странами степень развитости банковских услуг для розничных клиентов по-прежнему остается достаточно низкой.

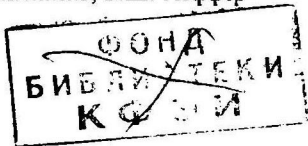
В зарубежной практике накоплен огромный опыт оказания различных банковских услуг для розничных клиентов, в том числе и в области индивидуального банковского обслуживания. В России же более 60 млн. человек не пользуются банковскими услугами, и только четверть россиян имеют банковские счета. Таким образом, проблема повышения эффективности деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов имеет особую актуальность в процессе становления полноценного рынка банковских услуг и достижения значимых показателей развития экономики и отношений между розничными клиентами и банковской системой.

Вместе с тем, следует отметить, что адекватное функционирование рынка банковских услуг для розничных клиентов невозможно без развития таких направлений в деятельности коммерческих банков и небанковских организаций как повышение качества оказываемых банковских услуг, изучение поведения потребителей розничных банковских услуг, развитие инфраструктуры рынка банковских услуг для розничных клиентов и повышение уровня финансовой грамотности населения.

Исходя из вышесказанного, актуальность темы диссертационного исследования обусловлена:

- во-первых, значимостью деятельности коммерческих банков по оказанию банковских услуг для розничных клиентов в целях развития экономики страны и удовлетворения финансовых потребностей розничных клиентов;
- во-вторых, отсутствием комплексного исследования деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов банков.

Степень разработанности проблемы. Теоретическим аспектам, связанным с раскрытием сущности банковской услуги, ее отличий от банковского продукта и банковских операций посвящены работы таких авторов как Х. Дуглас, Д. Ревел, Ш. Дерей, Г. Брайан, О. Доннел, Е. Балларин, В. Малпас, Ф. Дерек, Д. Арист, Б. Бухвальд, К. Дейвис, Ю. Зайтц, А. Кенион, Дж. Кей, А. Ланге, Д. Левеллин, Б. Маруа, С. Матюр, М. Потер, Х. Шеффер, Э. Штикель, Б.Ш. Хефферман.



Ряд публикаций по теоретическим и прикладным аспектам развития банковских услуг принадлежат таким ученым как М.С. Атлас, Н.И. Валенцева, В.С. Герашенко, В.Ф. Железова, А.И. Жуков, Е.Ф. Жуков, В.С. Захарова, Л.Н. Красавина, О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, В.Д. Миловидов, Г.С. Панова, А.М. Сарчева, В.М. Солодков, М.М. Ямпольский, Ю.И. Коробов, А.П. Мирецкий, А.В.Котов и др. Отдельные вопросы потребительского поведения банковских клиентов рассмотрены А.Н.Зубец, И.В. Алехиной, И.В. Вишневской, Л.Г. Саркисянцем.

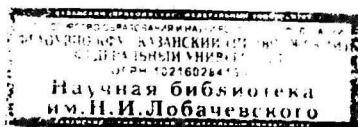
Вопросы организации деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов находят свое отражение в работах многих ученых и практических банковских работников. Среди них можно выделить труды Н.В. Калистратова, В.А. Кузнецова, А.В. Пухова, Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой, Ю.И. Коробова, О.А. Семибратовой, П. Роуза, А.И. Гусева, А.В. Куликова, Д.В. Парамонова, А.В. Беляковой, Р.Г. Ольховой.

Однако в перечисленных работах уделено внимание рассмотрению лишь отдельных вопросов функционирования банковского рынка России (теоретические основы функционирования банковского рынка, коммерческих банков и Центрального Банка России, теория и практика банковской конкуренции, банковский маркетинг и инфраструктура рынка банковских услуг). Таким образом, в настоящее время отсутствует целостное научное исследование, в котором комплексно рассматриваются проблемы развития деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов как одного из ключевых факторов развития и обеспечения жизнедеятельности российского банковского рынка. В более полном раскрытии нуждается сущность банковских услуг для розничных клиентов, требуется разработка классификации видов розничных банков и критериев их деятельности.

Актуальность темы, недостаточная научная разработанность и высокая практическая значимость вопросов формирования и развития деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов определили выбор темы, цель и задачи диссертационного исследования.

Цель диссертационного исследования. Целью диссертации является комплексное исследование деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов и разработка предложений по повышению эффективности такой деятельности. В соответствии с целью диссертационного исследования автором поставлены следующие задачи теоретического и прикладного характера:

- раскрыть теоретические основы услуг коммерческих банков для розничных клиентов (понятие розничных клиентов банка, их сущность, виды услуг для розничных клиентов банков);
- уточнить состав финансовых потребностей, удовлетворяемых с помощью банковских услуг;



- исследовать деятельность коммерческих банков и небанковских учреждений по оказанию услуг для розничных клиентов и определить виды банков, оказывающих услуги для розничных клиентов;
- рассмотреть особенности инфраструктуры рынка банковских услуг для розничных клиентов и наметить пути ее развития в целях эффективного функционирования деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов;
- выявить основные критерии качества банковских услуг для розничных клиентов, определить особенности, а также значение каждого из критериев в процессе реализации банковской услуги;
- раскрыть организационные и методические основы обслуживания розничных клиентов;
- сформулировать и обосновать перспективные направления совершенствования деятельности коммерческих банков на рынке услуг для розничных клиентов.

Предметом исследования в диссертационной работе является совокупность экономических отношений, складывающихся в процессе деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов.

Объектом исследования в диссертации стали российские коммерческие банки, оказывающие услуги для розничных клиентов.

Методологической основой исследования стали диалектический, исторический и системный подходы, позволяющие исследовать проблему в целом и отдельные ее вопросы в динамике, взаимосвязи и взаимообусловленности. В рамках системного подхода в диссертационной работе использовались методы сравнительного, логического, функционально-структурного, финансового и статистико-математического анализа. В процессе исследования также нашли применение такие общенаучные методы и приемы как научная абстракция, анализ и синтез, методы группировки, сравнения и др.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты Российской Федерации, Банка России, российская и зарубежная монографическая литература, диссертационные исследования, публикации в научной периодической печати.

Информационной базой исследования выступили материалы Федеральной службы по статистике, данные Минфина РФ, Банка России, Минэкономразвития России и Института экономики РАН, ГУ Банка России по Саратовской области, отчетность кредитных организаций России и Саратовской области, научно-практические публикации в периодических изданиях и размещенные в сети Интернет.

Наиболее важные научные результаты исследования, определяющие степень его новизны и вклад автора, состоят, прежде всего, в том, что в данной работе реализован комплексный подход к исследованию деятельности коммерческих банков по оказанию услуг для розничных клиентов. Более конкретно это подтверждается следующими результатами, полученными в ходе исследования:

- обоснована авторская трактовка состава розничных клиентов банка, к которым наряду с физическими лицами отнесены частные предприниматели;

- уточнен состав финансовых потребностей розничных клиентов, удовлетворяемых с помощью банковских услуг. К ним, помимо потребностей в финансировании, инвестировании и рационализации оборота денежных средств, отнесены потребности в обеспечении сохранности и накоплении денежных средств;

- сформулирована авторская трактовка розничного банка как коммерческого банка, 100% объема услуг которого составляют услуги для розничных клиентов, а также выделено два типа розничных банков (специализированный розничный банк и абсолютно розничный банк);

- предложено в составе инфраструктуры рынка банковских услуг для розничных клиентов выделить подсистему обеспечения прав и интересов розничных клиентов банков, элементами которой являются инфраструктура обеспечения законности при оказании услуг для розничных банковских клиентов, инфраструктура повышения уровня финансовой грамотности розничных клиентов банков, инфраструктура проведения исследований рынка банковских услуг для розничных клиентов;

- выделены две группы критериев качества банковских услуг для розничных клиентов: технологические критерии (соответствие договору или оферте, соответствие оказанной услуги предварительному описанию клиентом) и функциональные критерии (базовое качество розничной банковской услуги, определяющееся на основе соответствия стандартам; качество физического окружения; качество преподнесения розничных банковских продуктов, безопасность и конфиденциальность операций, совершаемых при оказании банковских услуг);

- сформулированы основные принципы формирования пакетов услуг для розничных клиентов (соответствие набора услуг в пакете финансовым потребностям целевой группы розничных клиентов; экономическая выгода и доступность для розничных клиентов пакетов услуг; обеспечение приемлемого уровня рентабельности реализации пакетов банковских услуг; постоянство набора услуг в пакетах; соответствие количества пакетов услуг числу групп розничных клиентов);

- разработана методика пакетного обслуживания розничных клиентов, включающая сегментацию розничных клиентов, их анкетирование, формирование пакетов услуг для каждого сегмента, расчет рентабельности обслуживания, корректировку наполняемости и цены пакетов услуг;

- предложены показатели, характеризующие степень вовлечения коммерческого банка в розничную деятельность (коэффициент потенциального привлечения розничных клиентов; коэффициент реального привлечения розничных клиентов и коэффициент масштаба розничной деятельности);

- на основе проведенного анкетирования выдвинуты рекомендации по совершенствованию деятельности коммерческого банка по оказанию услуг розничным клиентам (повышение финансовой устойчивости банка, формирование удобной сети офисов и банкоматов, совершенствование спектра оказываемых услуг, расширение использования пакетных продаж и т.д.).

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в том, что проведенное исследование дополняет недостаточно разработанные направления научных исследований по вопросам функционирования банковского рынка России. Основные положения диссертационного исследования и его выводы сформулированы с учетом возможности и необходимости их практической реализации при осуществлении деятельности по оказанию банковских услуг для розничных клиентов. Закономерным итогом такого подхода является возможность практического применения рекомендаций, которые были даны автором в диссертационном исследовании.

Практические результаты и теоретические положения, изложенные автором, могут быть положены в основу дальнейших исследований проблем функционирования розничного рынка банковских услуг, отношений между банками и их розничными клиентами.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что разработанные конкретные рекомендации по планированию и организации ассортиментной политики коммерческого банка, оказывающего услуги для розничных клиентов, повышению качества банковских услуг для розничных клиентов, организации деятельности по оказанию банковских услуг для розничных клиентов и оценке ее результатов, построению стратегии развития банковских услуг для розничных клиентов доведены до конкретных организационно-методологических, методических и практических мер и предложений, имеющих важное значение для решения крупной народнохозяйственной задачи повышения эффективности деятельности российских коммерческих банков.

Разработанные автором теоретические положения и практические рекомендации могут быть использованы:

- коммерческими банками при разработке и реализации политики по продвижению услуг для розничных клиентов, а также в целях повышения эффективности деятельности по оказанию банковских услуг для розничных клиентов и повышения качества предоставляемых банковских услуг;
- Банком России, и институтами банковской инфраструктуры при проведении политики по формированию и развитию инфраструктуры рынка банковских услуг для розничных клиентов, а также по повышению качества и эффективности ее функционирования.

Апробация работы. Наиболее существенные положения и результаты исследования нашли свое отражение в публикациях автора общим объемом 2,5 п.л. Основные положения работы докладывались и обсуждались на научных и научно-практических конференциях, проводимых на базе Саратовского государственного социально-экономического университета (2006-2008гг.); международной научно - практической интернет-конференции "Рынок банковских услуг и проблемы его развития" (2006 г.).

Методологические и практические положения диссертации были использованы в деятельности ЗАО "Банк "Агророс" - г. Саратов, используются в учебном процессе на кафедре банковского дела СГСЭУ при преподавании курсов "День-

ги, кредит, банки", "Организация деятельности коммерческого банка", "Банковский маркетинг".

Объем и структура работы. Работа имеет следующую структуру, определенную логикой анализа взаимосвязанных аспектов изучаемого предмета и совокупностью решаемых задач:

Введение

Глава 1. Теоретические основы банковских услуг для розничных клиентов

1.1. Виды банковских услуг для розничных клиентов

1.2. Розничные клиенты банков и их финансовые потребности

1.3. Эволюция услуг коммерческих банков для розничных клиентов

Глава 2. Рынок банковских услуг для розничных клиентов

2.1. Виды коммерческих банков, оказывающих услуги для розничных клиентов

2.2. Роль небанковских организаций в оказании услуг для розничных клиентов

2.3. Инфраструктура рынка услуг для розничных клиентов банков

Глава 3. Направления развития услуг для розничных клиентов коммерческих банков

3.1. Использование метода пакетных продаж при продвижении банковских услуг для розничных клиентов

3.2. Повышение качества банковских услуг для розничных клиентов

3.3. Продвижение банковских услуг для розничных клиентов

Заключение

Библиографический список литературы

Приложения

Список использованной литературы содержит 104 источника. В работе 5 приложений, 8 таблиц и 3 рисунка. Объем диссертации составляет 139 страниц.

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

Проведенное диссертационное исследование, а также основные выводы, положения и рекомендации, выносимые на защиту, можно разделить на три логически взаимосвязанные группы теоретических, методологических и методических проблем.

Первая группа проблем связана с уточнением теоретических и методологических основ банковских услуг для розничных клиентов, определением видов розничных клиентов банков и их финансовых потребностей.

В диссертации отмечается, что на современном этапе развития российской банковской системы немаловажное значение имеет выделение такой категории банковских клиентов как розничные. Градация клиентов на оптовых и розничных позволяет коммерческим банкам целенаправленной разрабатывать свои продукты, эффективней продвигать их, что, в свою очередь, способствует получению более высокой прибыли. Необходимость четкого разделения клиентов также связана с их специфическими особенностями.

Одной из задач диссертации являлось определение состава и границ группы розничных клиентов банка. Автором доказано, что среди розничных клиентов банков следует выделять:

- физических лиц - частных клиентов банков;
- субъектов малого бизнеса - частных предпринимателей.

Относя физических лиц и частных предпринимателей к розничным клиентам, следует отметить, что в основе финансовых потребностей данной группы лежит личная финансовая заинтересованность, так как и физические лица и субъекты малого бизнеса потребляют банковские услуги за свой личный счет, преследуя личную материальную выгоду и неся как личный риск по депозитным операциям, так и личную ответственность по обязательствам перед банком.

По нашему мнению, основным критерием, согласно которому банковских клиентов можно отнести к розничному или оптовому типу является характер удовлетворяемых потреблением банковских услуг финансовых потребностей. Потребляя банковские услуги, розничные клиенты удовлетворяют финансовые потребности, являющиеся производными от личных потребностей, корпоративные клиенты - финансовые потребности, возникающие в связи с осуществлением их производственной деятельности.

В трудах ученых-экономистов встречаются трактовки финансовых потребностей, которые можно удовлетворить за счет потребления банковских услуг. Например, Ю.И. Коробов выделяет следующие виды финансовых потребностей:

1) потребность в рационализации оборота денежных средств, выражающаяся в необходимости оптимизации движения и использования имеющихся денежных средств;

2) потребность в финансировании - выражающаяся в необходимости привлечения дополнительных средств для финансирования текущего производственного и личного потребления;

3) потребность в инвестировании денежных средств, выражающаяся в необходимости вложения имеющихся временно свободных средств с целью их приумножения в будущем.

Дополнительно к перечисленным выше, считаем также необходимым выделить потребности в сохранности и накоплении денежных средств, выражающиеся в стремлении обеспечить надежное хранение и накопление имеющихся денежных средств. Исторически услуги хранения и перевозки денежных средств были первыми услугами сберегательных учреждений, которые стали необходимым условием дальнейшего развития банковских учреждений. Тем не менее, с течением времени услуги коммерческих банков, удовлетворяющих указанные потребности, не утратили своей актуальности и занимают значительный удельный вес среди услуг, оказываемых коммерческими банками розничным клиентам. Среди услуг коммерческих банков, способных удовлетворить указанные потребности, можно назвать депозиты до востребования, услуги хранения денежных средств в депозитарных сейфовых ячейках, услуги транспортировки ценностей.

При построении стратегии деятельности банка по оказанию услуг для розничных клиентов важно обратить внимание на тот факт, что для разных социальных и иных групп розничных клиентов характерен свой круг финансовых потребностей, которые продиктованы устоявшимися в группе общественными стандартами и моделями экономического поведения. При построении клиентской политики следует выделять целевые клиентские группы, позволяющие

проследить общие для каждой категории личные потребности, которые могут быть удовлетворены за счет банковских услуг для розничных клиентов. Проведённые в диссертации исследования позволили сгруппировать категории клиентов, чьи личные потребности могут быть удовлетворены за счет банковских услуг. Автором выделено несколько таких категорий:

1. По социальному статусу:

- студенты и начинающая карьера молодежь;
- молодые семьи;
- средний класс - семьи с одним или несколькими детьми, обладающие стабильным доходом;

- неработающие пенсионеры;

2. По уровню доходов:

- студенты;
- молодые семьи с низким или средним уровнем доходов;
- семьи с высоким уровнем доходов
- неработающие пенсионеры;

3. По составу семьи:

- одинокие молодые люди;
- молодые семьи;
- одинокое экономически активное население;
- семьи со взрослыми детьми или бездетные семьи;
- семьи пенсионеров и одинокие пенсионеры;

4. По видам розничных клиентов:

- физические лица;
- частные предприниматели.

На основе выделения группы розничных банковских клиентов и определения присущих им финансовых потребностей, в диссертации приводится авторское определение понятия банковских услуг для розничных клиентов - это услуги коммерческих банков, способных в соответствие со сложившимися общественными (групповыми) стандартами экономического поведения удовлетворять финансовые потребности розничных клиентов.

Согласно определению, требование по соответствию услуг банка общественным (групповым) стандартам отражает востребованность тех или иных услуг для разрешения определенных схожих между собой личных потребностей розничных клиентов, то есть данное требование отражает наличие массового спроса розничных клиентов на данные услуги.

Вторая группа проблем связана с необходимостью определения видов коммерческих банков, оказывающих услуги розничным клиентам и оценки эффективности инфраструктуры рынка услуг для розничных клиентов банка.

С ростом благосостояния и развитием технологий всё у большего числа жителей России появляются потребности в банковских услугах. Рост спроса на банковские услуги приводит к усилению конкуренции, в которой выигрывают те кредитные организации, которые могут довести информацию о себе и своих продуктах наибольшему количеству потенциальных клиентов и привлечь их на

обслуживание. На сегодняшний день существует множество видов банковских услуг для розничных клиентов, среди которых - вклады, переводы, кредитование и др. Одновременно нельзя с уверенностью утверждать, что абсолютно каждый банк, решивший заняться деятельностью по оказанию услуг для розничных клиентов, будет оказывать абсолютно все из возможных. Например, стоит ли относить к категории розничных коммерческий банк, придерживающийся достаточно консервативной политики в области кредитования розничных клиентов, но являющийся в то же время лидером на рынке депозитных или расчетных услуг для розничных клиентов? Таким образом, вопрос о том, что скрывается под таким понятием как розничный банк, а главное с помощью каких показателей можно оценить масштабы деятельности банка по оказанию услуг для розничных клиентов носит значительный научный и практический интерес.

Диссертационное исследование позволило выявить определяющие критерии при классификации банков, оказывающих услуги для розничных клиентов:

- критерий объемности потребляемых розничными клиентами банковских услуг, подразумевающий сравнение объемов услуг, потребляемых корпоративными и розничными клиентами банков;

- критерий массовости услуг, подразумевающий предоставление услуг для всех категорий розничных клиентов. Так, например многие корпоративные банки оказывают услуги кредитования исключительно сотрудникам корпоративных клиентов, частным предпринимателям, предоставляющим залог, а также акционерам и сотрудникам банка. Таким образом, несмотря на наличие определенного объема кредитов, выданных розничным клиентам кредитную деятельность такого банка вряд ли можно отнести к разряду розничной банковской деятельности, так как требование массовости предоставляемых услуг не будет выполняться. С учетом предложенных критериев, классификация коммерческих банков, оказывающих услуги розничным клиентам, будет выглядеть следующим образом (таблица 1).

Таким образом, используя данные исследования, автором приводится определение розничного банка - это коммерческий банк, 100% объема услуг которого составляют услуги для розничных клиентов. При этом в зависимости от широты ассортиментного ряда услуг для розничных клиентов, а также от массовости в характере их предоставления, следует выделять специализированные розничные, а также абсолютно розничные банки.

В работе доказано, что на современном этапе развития банковского сектора России одним из индикаторов масштабов деятельности банка по оказанию розничных банковских услуг является количество структурных подразделений банка, обслуживающих розничных клиентов.

**Таблица 1. Виды коммерческих банков, оказывающих услуги
розничным клиентам**

Вид банка	Классификационный признак		
	Доля оказываемых розничным клиентам услуг	Массовый характер предоставления банковских услуг для розничных клиентов	Широта ассортиментного ряда банковских услуг для розничных клиентов
Универсальный банк	Равна либо отличается от доли услуг, оказываемых корпоративным клиентам, в зависимости от изменения уровня риска и доходности по разным видам услуг	Изменяется в зависимости от уровня доходности и риска по отдельным операциям. Предусмотрен, как правило, для наиболее доходных, а также наименее рискованных для банка услуг для розничных клиентов (кредиты под залог недвижимости, переводы денежных средств, вклады, дебетовые банковские карты)	Ассортиментный ряд услуг для розничных клиентов представлен наиболее распространенными услугами и не включает наиболее рискованные для банка услуги
Специализированный розничный банк	100% всего объема услуг, оказываемых банком, сформировано за счет услуг розничным клиентам. Такие банки специализируются на одном, реже нескольких видах услуг для розничных клиентов, составляющих значительную долю всех услуг розничным клиентам	Предусмотрен только для профильных услуг банка (депозитных, расчетных, кредитных, инвестиционных и т.д.)	Стремясь захватить значительную долю рынка, специализированный розничный банк максимально расширяет ассортиментный ряд в разрезе специализации банка на отдельных видах услуг для розничных клиентов - депозитных, расчетно-кассовых, кредитных, инвестиционных
Абсолютно розничный банк	100% всего объема услуг сформировано за счет оказания банковских услуг розничным клиентам. Банк не является узкоспециализированным, а стремится предлагать своим клиентам наиболее полный набор розничных услуг	Предусмотрен для всех оказываемых розничным клиентам банковских услуг, за исключением услуг private banking	Все виды банковских услуг для розничных клиентов представлены максимально полно

По мнению автора, необходимо проводить расчет определенных коэффициентов, отражающих степень развитости сети отделений розничного банка. В диссертационном исследовании предложено выделять 3 коэффициента:

1. *Коэффициент потенциального привлечения розничных клиентов*, отражающий количество структурных подразделений розничного банка (в городе, регионе и т.д.), приходящихся на 1 потенциального клиента (K1):

$$K_1 = \frac{\sum_{i=1}^n O\phi}{PKn}$$

где: *Oφ* - структурное подразделение розничного банка (пункт обмена валют, операционная касса, кредитно-кассовый офис, дополнительный офис, филиал) оказывающее услуги для розничных клиентов в данном населенном пункте, регионе и т.д.; *PKn* - количество розничных потенциальных клиентов - физических лиц и частных предпринимателей, способных пользоваться розничными банковскими услугами, в населенном пункте (регионе и т.д.), где есть структурные подразделения банка.

2. *Коэффициент реального привлечения розничных клиентов*, отражающий реальную степень охвата клиентов офисами розничного банка (*K2*):

$$K_2 = \frac{\sum_{i=1}^n O\phi}{PK}$$

где: *Oφ* - структурное подразделение розничного банка (пункт обмена валют, операционная касса, кредитно-кассовый офис, дополнительный офис, филиал) оказывающее розничные услуги в данном населенном пункте, регионе и т.д.; *PK* - количество розничных клиентов, регулярно пользующихся услугами данного банка в населенном пункте (регионе и т.д.), где есть структурные подразделения банка.

3. *Коэффициент масштаба розничной деятельности*, отражающий долю услуг, оказываемых универсальным банком розничным клиентам (*K3*):

$$K_3 = \frac{Pr + Ar}{\Pi + A}$$

где: *Pr* – средства, привлеченные от розничных клиентов; *Ar* – размещенные среди розничных клиентов средства; *A* – размещенные средства, всего; *Π* – привлеченные средства, всего.

Исследование рынка банковских услуг для розничных клиентов подразумевает и проведение исследования его инфраструктуры. В диссертации предложен и обоснован подход к изучению рынка банковских услуг для розничных клиентов, в котором за основу взят принцип деления рынка на элементы, относящиеся как к деятельности розничных банков, так и учитывающие права и интересы розничных клиентов. В частности, в состав инфраструктуры рынка банковских услуг для розничных клиентов автором включена инфраструктура обеспечения прав и интересов розничных клиентов банков, которая в свою очередь содержит следующие элементы:

- инфраструктура обеспечения законности при оказании услуг для розничных банковских клиентов;
- инфраструктура повышения уровня финансовой грамотности розничных клиентов;
- инфраструктура проведения исследований рынка банковских услуг для розничных клиентов.

Учитывая вышесказанное, инфраструктура рынка банковских услуг для розничных клиентов - это совокупность институтов, создающих необходимые условия для осуществления деятельности по оказанию банковских услуг для розничных клиентов, содействующих созданию и доведению банковских услуг до их потребителей, а также способствующих соблюдению прав и интересов

розничных банковских клиентов на этапах выбора и потребления банковских услуг.

Третья группа проблем связана с определением путей развития банковских услуг для розничных клиентов, а также с выявлением способов повышения их эффективности.

При построении ассортиментной политики коммерческим банкам, оказывающим услуги для розничных клиентов, необходимо обратить внимание на тот факт, что в отличие от корпоративных клиентов розничные клиенты в массе своей не потребляют банковские услуги "оптом", то есть зачастую пользуются только одним, реже двумя видами банковских услуг. Автором доказывается, что ассортиментная политика коммерческого банка должна стимулировать розничных клиентов пользоваться услугами одного банка и расширять перечень потребляемых услуг. Одним из эффективных методов построения ассортиментной политики, позволяющих решать подобные задачи при оказании услуг розничным клиентам, является метод пакетных продаж, предусматривающий формирование нескольких банковских услуг в единое предложение для клиентов, объединенное общими условиями их оказания, главным из которых является цена.

В диссертации сформулированы принципы, которых необходимо придерживаться коммерческим банкам при разработке, внедрении и продвижении пакетного обслуживания розничных клиентов. Среди таких принципов автором выделены: соответствие набора услуг в пакете финансовым потребностям целевой группы розничных клиентов, определенных на основании сегментации розничных клиентов; экономическая выгодность и доступность для розничных клиентов пакетов услуг; обеспечение приемлемого уровня рентабельности реализации пакетов банковских услуг; постоянство набора услуг в пакетах; соответствие количества пакетов услуг числу групп розничных клиентов, выделенных в процессе сегментации.

Однако анализ рынка банковских услуг для розничных клиентов Саратова показал, что данный метод не пользуется популярностью. Из 61 кредитной организации Саратова пакеты услуг для розничных клиентов предоставляют только 3 банка. При этом формирование пакетов услуг происходит на основе разграничения групп розничных клиентов по уровню дохода и предложению им одинакового набора услуг по различным ценам.

На основании разработанной в диссертационном исследовании сегментации розничных банковских клиентов, а также выделенных выше принципах, автор считает целесообразным предложить примерную методику формирования пакетов услуг для розничных клиентов, состоящую из следующих этапов.

1 этап - проведение сегментации розничных клиентов на основе определения их финансовых потребностей. Определение финансовых потребностей розничных клиентов можно осуществлять на основе данных статистики, социально-демографических исследований или на основе опроса имеющейся клиентской базы.

2 этап - для каждой из групп клиентов (согласно свойственному каждой группе определенному набору финансовых потребностей) происходит форми-

рование пакетов банковских услуг, способных удовлетворить их финансовые потребности. Например:

Таблица 2. Формирование пакетов банковских услуг для групп клиентов

Группы клиентов	Финансовые потребности	Пакет услуг	
		Продукт-локомотив	Дополнительные услуги
Пенсионеры	Сохранение и преумножение имеющегося дохода, выраженного в пенсионных выплатах	Пенсионные вклады, с возможностью ежемесячного изъятия суммы процентов, а также суммы зачисленных во вклад пенсионных выплат и социальных пособий	Возможность осуществлять коммунальные платежи
Студенты	Возможность оперативного и удобного совершения платежей в пользу поставщиков информационных услуг	Электронный банковские карты (карты низких категорий – Electron, Maestro), выдаваемые студентам, получающим стипендию (с возможностью совершения платежей в банкоматах);	Интернет-карта, позволяющая совершать покупки в сети интернет, в адрес интернет-провайдеров, операторов мобильной связи и т.д. в том числе с использованием электронных каналов связи с банком (интернет-, смс-, war-банкинг; получение иногородними студентами денежных переводов от родственников, оплата услуг обучения в ВУЗе,
Молодые семьи	Возможность совершать значимые для семьи покупки – приобретение жилья, транспортных средств	Выдача ипотечного кредита или кредита на приобретение транспорта, долгосрочные вклады, позволяющие совершать изъятие без потери процентов в случае, если целью изъятия является взнос на приобретение недвижимого имущества (жилья, транспорта)	Осуществление переводов, в том числе в оплату коммунальных услуг, предоставление пластиковых карт для получения заработной платы членами семьи, дополнительные сервисы, например, в виде системы электронного банкинга, облегчающего уплату коммунальных, бюджетных платежей и платежей провайдерам услуг связи
Семьи с высоким уровнем доходов	Получение высокого уровня доходов, превышающего уровень инфляции и доход по банковским вкладам	Инвестиционные программы, позволяющие получать больший, чем по срочным вкладам доход	Индивидуальные банковские ячейки для хранения ценностей, счета в различных валютах с предоставлением электронного доступа, позволяющего осуществлять конверсионные операции между счетами, операции пополнения счетов, в том числе счетов пластиковых карт, операции переводов денежных средств на счета получателей в других кредитных организациях, в том числе и за границу, пластиковые карты престижных категорий с возможностью овердрафта, индивидуальные кредитные программы

Группы клиентов	Финансовые потребности	Пакет услуг	
		Продукт-локомотив	Дополнительные услуги
Индивидуальные предприниматели	Зависят от сферы предпринимательских интересов, наличия собственного капитала и необходимости инвестиций с целью развития предпринимательского дела	Предоставление услуг расчетно-кассового обслуживания, услуги лизинга, факторинга, кредитования	Любой из пакетов услуг, предлагаемых группам клиентов: студенты, молодые семьи, семьи «со стажем» с высоким уровнем доходов

3 этап - расчет рентабельности предоставления пакетного обслуживания для каждой группы розничных клиентов и принятие на основе полученных данных решения о ценовом стимулировании (предоставлении скидок) клиентов, приобретающих пакеты услуг банка.

4 этап - корректировка наполняемости и цены пакетов услуг для розничных клиентов на основе анализа спроса розничных клиентов на пакеты банковских услуг, мониторинга уровня рентабельности и предложений банков-конкурентов.

С целью повышения эффективности предоставления банковских услуг розничным клиентам, автором поднимается проблема их качества. Руководители и менеджеры банков ежедневно сталкиваются с неудовлетворенностью розничных клиентов качеством тех банковских услуг, которые они получают. Автором в ЗАО "Банк "Агророс" был проведен опрос розничных клиентов, в ходе которого были установлены основные характеристики, отождествляемые розничными клиентами с качеством обслуживания и качеством банковских услуг (таблица 2).

Таблица 3. Основные критерии выбора коммерческого банка розничными клиентами

№ п/п	Характеристика банка/ критерии качества банковских услуг	Рейтинг значимости
1.	Надежность, финансовая устойчивость	1
2.	Известность, наличие положительной репутации, срок существования	2
3.	Территориальная близость офисов и банкоматов	3
4.	Размеры комиссий и процентных ставок	4
5.	Широкий спектр услуг	5
6.	Культура обслуживания	6
7.	Скорость оказания услуг	7
8.	Наличие дополнительных сервисных услуг	8
9.	Индивидуальный подход	9

Как показано в диссертации, причины выбора банка розничными клиентами заключаются в том, что понятие качества банковских услуг для них включает в себя иной более широкий набор характеристик, чем факт получения или неполучения требуемой банковской услуги. Помимо указанной потребности розничные клиенты обращают внимание на такие характеристики получаемой ими услуги как скорость ее оказания, профессионализм, вежливость сотрудников банка и ряд других параметров. Эти и ряд других особенностей, банк должен учитывать так же при продвижении своих услуг для розничных клиентов.

В работе отмечается, что деятельность банков по оказанию услуг для розничных клиентов включает ряд составляющих элементов, среди которых можно выделить продуктовую, ценовую, коммуникационную, клиентскую и кадровую политику.

Продуктовая политика является конституирующим элементом деятельности коммерческого банка на рынке банковских услуг, так как именно от нее зависит формирование ассортимента услуг банка и, следовательно, банковская специализация. В зависимости от реализуемой банком в отношении клиентов продуктовой политики его можно отнести к одному из выделенных автором видов банков, оказывающих услуги для розничных клиентов - универсальному, специализированному розничному или абсолютно розничному.

Ценовая политика коммерческого банка в отношении розничных клиентов обладает большей степенью влияния на уровень спроса розничных клиентов на банковские услуги, чем на уровень спроса на них у корпоративных клиентов. В отличие от корпоративных клиентов и индивидуальных предпринимателей, которые могут переложить бремя уплаты комиссионных услуг банков на конечных потребителей их продукции или услуг, то есть включить их в себестоимость, розничные клиенты - физические лица потребляют услуги коммерческих банков за свой личный счет и уровень их спроса на данные финансовые продукты в существенной мере зависит от уровня цен на них.

Наиболее эффективным инструментом коммуникационной политики при оказании услуг для розничных клиентов являются различные виды рекламы. Следует, однако, отметить, что такой вид услуг для розничных клиентов как индивидуальное банковское обслуживание позволяет использовать наряду с рекламой и инструменты прямой коммуникации, так как потребителями данного вида услуг являются как правило руководители крупных предприятий, бизнесмены, политики и иные категории физических лиц, информация о которых гораздо более доступна и позволяет предположить не только примерный уровень дохода таких розничных клиентов, но и приблизительно - их финансовые потребности.

Особенностью кадровой политики коммерческого банка, оказывающего услуги для розничных клиентов, являются особые требования к специалистам банка, обслуживающих розничных клиентов. Сотрудники подразделений по работе с розничными клиентами выполняют не только функции обслуживания, но и привлечения клиента - продажи ему банковских услуг, т.е. от них требуется

умение продвигать услуги, способствуя росту объема оказываемых банком услуг и доходов от их совершения.

Автор не претендует на исчерпывающую полноту раскрытия всех поставленных в диссертации вопросов, но полагает, что результаты проведенного исследования, теоретические выводы и практические рекомендации будут способствовать развитию банковских услуг для розничных клиентов, а также повышению эффективности их предоставления.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК:

1. Науменко А.А. Инфраструктура рынка услуг для розничных клиентов банков. // Банковские услуги №10, 2008. с. 26 -30. - 0,3 п.л.
2. Науменко А.А. Виды коммерческих банков, оказывающих услуги для розничных клиентов. // Финансы и кредит №43 (331), 2008. с. 18-21. - 0,3 п.л.

Статьи и тезисы докладов в других изданиях:

3. Науменко А.А. Состояние современного рынка розничных банковских услуг // Банковская система России: Проблемы и перспективы развития: Сб. научных трудов - Саратов: СГСЭУ, 2006.- 0,5п.л.
4. Науменко А.А. Сущность банковских услуг: новые подходы к определению / Банковский сектор экономики: современное состояние, перспективы развития: Сборник материалов международной научно-практической интернет-конференции (1-20 июня 2006 г.). - Саратов: СГСЭУ, 2006. - 0,5 п.л.
5. Науменко А.А. Качество банковских услуг как элемент конкурентоспособности российских банков // Социально-экономическое развитие России: Проблемы, поиски, решения: Сб. научных трудов по итогам научно-исследовательской работы Саратовского государственного социально-экономического университета в 2006 году. - Саратов: СГСЭУ, 2007.- 0,3 п.л.
6. Науменко А.А. Развитие инфраструктуры банковских услуг для розничных клиентов. Актуальные вопросы теории и практики банковского дела: сборник научных трудов / Саратовский государственный социально-экономический университет. - Саратов, 2009. - С.121. - 0,5 п.л.

102